

Mit Hilfe der Fußball-Stars des FC Barcelona und deren Fans weltweit sammelt Beko 1 Million Euro für UNICEF

Neu-Isenburg, 7. Mai 2018 – Gestern Abend sah man während des Top-Spiels FC Barcelona gegen Real Madrid („El Clásico“) den Schriftzug #EatLikeAPro auf den Ärmeln der Barça-Stars wie Piqué, Messi, Suárez, Ter Stegen und Rakitić. Mit dieser Aktion rief Beko, eine der führenden Hausgerätemarken in Europa und Partner des FC Barcelona, Fans in aller Welt dazu auf, ihre gesunden Ernährungsgewohnheiten in den sozialen Medien zu posten und Beko dadurch zu helfen, 1 Million Euro für das UN-Kinderhilfswerk UNICEF zu sammeln. Beko verzichtete dafür während des Ligaspiels mit den weltweit höchsten Einschaltquoten zugunsten eines guten Zwecks auf die Werbung mit ihrem Markenlogo. Während das Spiel gestern unentschieden 2:2 ausging, sammelte Beko bereits über eine halbe Million Euro für UNICEF.

„Eat Like A Pro“ ist eine weltweite Aufklärungskampagne zum Thema Übergewicht bei Kindern, die Beko gemeinsam mit dem FC Barcelona und der Vereinsstiftung Barça Foundation ins Leben gerufen hat. Sollte der aktuelle Trend anhalten, wird die Zahl der übergewichtigen Kinder bis 2025 auf 70 Millionen ansteigen. Beko hat sich zum Ziel gesetzt, diese Zahl durch seine „Eat Like A Pro“-Initiative und die Unterstützung des UN-Kinderhilfswerks UNICEF zu senken.

Die Stars des FC Barcelona sind mit ihren Fans weltweit die perfekten Botschafter für die Kampagne zur Verbesserung der Ernährung von Kindern. Nicht nur die Spieler des spanischen Spitzenvereins unterstützen das Ziel. Beko hat auch Menschen aus aller Welt dazu aufgerufen, die Kampagne durch Posts zu ihren gesunden Essgewohnheiten in den sozialen Netzwerken zu fördern. Für jeden Beitrag mit #EatLikeAPro spendet Beko einen Euro an UNICEF. Ziel ist es, insgesamt 1 Million Euro zu sammeln. Bislang sind bereits über die Hälfte zusammengekommen. Doch gesammelt wird weiter.

Die Fans haben die Chance, ein von den Spielern des FC Barcelona signiertes El-Clásico-Trikot mit neuem Ärmelaufdruck zu gewinnen. Das limitierte Trikot ist nicht im Handel erhältlich. Jeder Beitrag mit #EatLikeAPro, der zwischen dem 7. und 25. Mai auf Twitter oder Instagram geteilt wird, nimmt automatisch an der Verlosung teil. Die Auswahl des Gewinners erfolgt nach dem Stichtag per Zufallsprinzip. Für die Teilnahme ist weder eine

Mitgliedschaft noch ein Kauf erforderlich. Es reicht vorhandene Posts zu retweeten oder auf Twitter oder Instagram selbst zu posten.

UNICEF unterstützt Kinder und ihre Familien weltweit mit humanitärer Hilfe sowie Entwicklungshilfe. Die von Beko gesammelten Spendengelder werden eingesetzt, um Familien und Grundschulen mit Informationen, Ressourcen und Unterstützung zu versorgen und so die Ernährung, Entwicklung und das Wachstum von 600.000 Kindern in Lateinamerika zu verbessern.

Bildunterschriften

Bild: Die Spieler des FC Barcelona liefen am 6. Mai während des legendären El-Clásico-Spiels in ihren Trikots mit dem neuen Ärmelaufdruck #EatLikeAPro ins Stadion ein. „Eat like a Pro“ ist die Initiative der internationalen Hausgerätemarke Beko, die sich für eine gesunde und ausgewogene Ernährung bei Kindern einsetzt.

Bitte geben Sie bei Verwendung der Bilder folgenden Hinweis an: ©Beko.

Bildmaterial in hochauflösender Qualität finden Sie anbei / unter

<https://www.beko->

[hausgeraete.de/downloads/presse/Presse_Beko_El_Clasico_Ergebnisse_2018.zip](https://www.beko-hausgeraete.de/downloads/presse/Presse_Beko_El_Clasico_Ergebnisse_2018.zip)



Über Beko

Beko, die internationale Hausgerätemarke der Arçelik-Gruppe, gehört zu den führenden Weiße Ware-Marken in Europa. Das Unternehmen ist in mehr als 100 weiteren Ländern präsent. Beko verbindet innovative Technologien und effiziente Lösungen mit funktionellem Design. Aufgrund ihrer hervorragenden Qualität sowie exzellenter Umwelt- und Leistungsmerkmale werden Beko Produkte von führenden europäischen Verbraucherorganisationen vielfach ausgezeichnet.

Beko handelt verantwortungsbewusst. Das Unternehmen hat sich den sozialen Standards der Business Social Compliance-Initiative verpflichtet und übertrifft damit die gesetzlichen Anforderungen. Außerdem engagiert sich Beko im Breiten- und Spitzensport. Von 2009 bis 2016 war das Unternehmen in Deutschland Hauptsponsor und Namensgeber der Beko Basketball Bundesliga (Beko BBL). 2014 wurde zudem eine Partnerschaft mit dem weltbekannten spanischen Fußballclub FC Barcelona geschlossen. Seit 2018 ist Beko einer der weltweiten Hauptsponsoren der Katalanen.

www.beko-hausgeraete.de

Über den FC Barcelona

Der FC Barcelona wurde 1899 Jahr gegründet und ist in vielerlei Hinsicht einzigartig. Er befindet sich im Besitz seiner mehr als 145.000 Mitglieder und kann von sich behaupten, der erfolgreichste Fußballverein Europas der letzten zehn Jahre zu sein. In dieser Zeit konnte der Verein vier Champions League-Siege und sieben spanische Meistertitel gewinnen. Aufgrund seiner Ausnahmestellung ist Barça für viele mehr als ein Verein. Die unverwechselbare Spielweise wird auf der ganzen Welt von den besten Spielern und Trainern nachgeahmt, ebenso wie die berühmte Förderung heimischer Talente.

All dies geht einher mit dem konstanten Streben, der am meisten bewunderte und geliebte Sportverein der Welt zu werden. Dieses Ziel wird von den Kernprinzipien wie Bescheidenheit, Einsatz, Ehrgeiz, Respekt und Teamwork getragen. Der Verein ist auch bekannt für sein gesellschaftliches Engagement über die FC Barcelona Stiftung und seinen Einsatz für die Aufklärung von Kindern über die positiven Werte des Sports. Infolge des unaufhaltsamen Wachstums der letzten Jahre konnte der FC Barcelona 300 Millionen Fans auf der ganzen Welt gewinnen und hat eine weltweit führende Social-Media-Präsenz.

Über die Barça Foundation

Die Barça Foundation wurde 1994 mit dem Ziel gegründet, Kinder und Jugendliche aus sozial benachteiligten Gesellschaftsschichten durch Sport und Bildung zu unterstützen und so zu mehr sozialer Gerechtigkeit und Inklusion beizutragen. Die Aktivitäten der Stiftung sind in die Sportprojekte für Entwicklung sowie die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen eingebettet. Die wichtigsten Tätigkeitsbereiche der Barça Foundation sind Zugang zu und Förderung von Bildung, Gewaltprävention und Konfliktbeilegung in der Kindheit und Jugend sowie



der Kampf gegen soziale Ausgrenzung und Diskriminierung. Heute profitieren weltweit mehr als 1 Mio. Kinder und Jugendliche von der Arbeit der Stiftung.

Über UNICEF

UNICEF ist auf der ganzen Welt unter härtesten Bedingungen im Einsatz, um die am meisten benachteiligten Kinder zu erreichen. UNICEF ist in 190 Ländern und Gebieten tätig und setzt sich überall dafür ein, die Lebensbedingungen für jedes Kind zu verbessern. Mehr Informationen über UNICEF und das Projekt unter www.unicef.org und UNICEF auf Twitter und Facebook.

Pressekontakt

Beko Deutschland GmbH

Emanuele Giuliana

Thomas-Edison-Platz 3

63263 Neu-Isenburg

Tel. 06102 / 7182-405

emanuele.giuliana@beko.com

<https://www.beko-hausgeraete.de/presse>

Klenk & Hoursch

Andrea Morlok

Uhlandstraße 2

60314 Frankfurt am Main

Tel. 069 / 719 168-162

beko@klenkhorsch.de